

# LES MARCHÉS PUBLICS DE COMMUNICATION

De la définition des besoins à l'exécution du contrat

1 JOUR, 7 HEURES

MARCHÉS ET PROCÉDURES  
SPÉCIFIQUES

CODE : APA49

## Objectifs de la formation

Intégrer les enjeux des marchés publics de communication

S'approprier la méthodologie pour rédiger un cahier des charges pour un marché public de communication

Appréhender les procédures de passation adaptée aux marchés publics de communication

Repérer les modalités de l'exécution et de suivi du marché

## Parmi nos formateurs

- LE GUERSON Elodie  
Formatrice ,

## Public concernés

- Acheteurs publics ; Agents en charge des achats pour la fonction publique d'Etat, la fonction publique hospitalière et les collectivités territoriales ;  
Directeurs du service marchés ; Responsables des cellules marchés ; Directeurs juridiques

## Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Tarifs

- Tarif Session en classe virtuelle : 925,00 €HT
- Tarif Session en présentiel : 990,00 €HT

Les marchés publics de communication, caractérisés par leurs enjeux créatifs, stratégiques et juridiques, nécessitent des acheteurs publics une maîtrise approfondie des procédures et des pratiques spécifiques. Leur gestion demande une expertise particulière pour répondre aux exigences de ce type de marchés spécifiques.

Cette formation vise à accompagner les acheteurs publics dans la compréhension et la gestion optimale de ces marchés, tout en respectant les règles de la commande publique et en maximisant l'efficacité des actions de communication.

De la définition des besoins à l'exécution du marché, en passant par la rédaction du cahier des charges et les modalités de passation, chaque étape sera étudiée en détail pour permettre aux participants d'acquérir des compétences opérationnelles.

Elle répond aux défis spécifiques des marchés de communication en outillant les participants pour garantir la conformité des procédures, assurer un suivi rigoureux des prestations, et optimiser la qualité des résultats obtenus.

## Cerner les enjeux des marchés publics de communication

- Identifier les particularités des marchés publics de communication
- Quels sont les enjeux stratégiques, juridiques et opérationnels propres à ces marchés
- Appréhender les enjeux liés à la créativité et à l'adaptation aux besoins spécifiques
- Faire le point sur la propriété intellectuelle, droits d'auteur, marques et cession des droits

---

### **JEU PÉDAGOGIQUE** Quiz interactif pour valider la compréhension des concepts clés liés aux marchés publics de communication

---

### **ATELIER** Réflexion collective : analyser les enjeux juridiques, stratégiques et créatifs associés à un marché public de communication

---

## Rédiger un cahier des charges pour un marché public de communication

- Garantir la régularité juridique et opérationnelle de la procédure
- Identifier et définir les besoins : définition préalable claire
- Comment garantir la transparence et gérer les risques juridiques
- Appréhender les critères d'évaluation
- S'approprier les meilleurs pratiques de rédaction : clarté, exhaustivité

---

### **ATELIER** Un cas fil rouge est présenté par le formateur, les stagiaires sont amenés rédiger des clauses types pour le marché de communication

---

## Quelles sont les modalités de passation d'un marché public de communication

- Choisir la procédure la plus adaptée pour un marché de communication
- Présenter les techniques d'achat spécifiques à son marché
- Quels sont les critères de sélection
- Déterminer une méthodologie de notation et pondérer les critères
- Points de vigilances : comment examiner les candidatures et les offres avec rigueur

---

### **ATELIER** En fonction des spécificités du marché présenté par le formateur, les participants choisiront la procédure de passation et la technique les plus appropriées

---

## Appréhender les modalités d'exécution et de suivi du marché de communication

- Suivre efficacement l'exécution de son marché
- Gérer les modifications et les avenants dans le respect du cadre juridique

- Analyser les performances à l'aide d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs

## ATELIER Les stagiaires identifient les critères pour le suivi pendant l'exécution du marché du cas fil rouge

### Evaluation des acquis de la formation et débriefing final

#### Dates

Paris A distance (classe virtuelle)

12/06/2025 12/06/2025

18/09/2025 18/09/2025

#### Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

##### ■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

##### ■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

##### ■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au [logistiqueformations@infopro-digital.com](mailto:logistiqueformations@infopro-digital.com) et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.